**Технологическая цепочка манипулятивного процесса в деловом общении**

Лариса Григорьевна Титoвa, кандидат :философских наук, профессор Всероссийского заочного финансово-экономического института.

Манипулятор чаще всего предполагает получить односторонний выигрыш, значительно ущемляя при этом интересы своего партнера. Адресат манипуляции, как правило, ориентирован на компромиссное и взаимоприемлемое решение деловой проблемы. Такое расхождение определяет сложное и противоречивое развертывание манипулятивного процесса. Баланс противоположно направленных личностных сил манипулятора и адресата манипуляции может постоянно изменяться и оказывать влияние на манипулятивный процесс. Тем не менее можно выделить несколько ключевых звеньев, составляющих каркас манипулятивного процесса, который может применяться в межличностной деловой коммуникации.

Особенность технологической цепочки манипулятивного процесса в деловом общении состоит в том, что ее «сценарий» в его главных параметрах задается партнером-манипулятором, который сам инициирует манипулятивный процесс исходя из конкретных обстоятельств деловой ситуации и поставленной им цели. Однако конкретное наполнение манипулятивного процесса осуществляется всегда как взаимосвязанный процесс между манипулятором и адресатом манипуляции, исходные намерения которых существенно расходятся или являются прямо противоположными.

Манипулятор чаще всего предполагает получить односторонний выигрыш, значительно ущемляя при этом интересы своего партнера. Адресат манипуляции, как правило, ориентирован на компромиссное и взаимоприемлемое решение деловой проблемы. Такое расхождение определяет сложное и противоречивое развертывание манипулятивного процесса. Психологические характеристики манипулятора и адресата манипуляции, их способности, мотивации, интеллект, темперамент, коммуникативные и профессиональные компетентности сталкиваются в непрерывной борьбе. Победителем в ней, как правило, оказывается манипулятор, который заранее позаботился о своем информационно-силовом обеспечении и разработал сценарии манипуляции. Конечно, это только теоретически возможный вариант манипуляции. Она может развиваться и по другому сценарию или возникать спонтанно, когда манипулятору в конкретных обстоятельствах деловой ситуации неожиданно представляется удобный момент для манипуляции, которым он обязательно воспользуется ввиду присущей ему склонности к манипулятивным приемам и уловкам.

Баланс противоположно направленных личностных сил манипулятора и адресата манипуляции, а также ситуационных сил, возникающих в заданной деловой ситуации, может постоянно изменяться и оказывать значительное влияние как на динамику манипулятивного процесса, так и на последовательное формирование и содержательное наполнение его основных звеньев. Тем не менее можно выделить несколько ключевых звеньев, составляющих каркас технологической цепочки манипулятивного процесса, который может применяться в межличностной деловой коммуникации.

Первое звено. Исходным звеном цепочки манипулятивного процесса является «считывание» манипулятором имиджевых и психологических характеристик партнера — адресата манипуляции. Опираясь на «вербальную разведку» (малый разговор) и используя социально-психологические механизмы идентификации, рефлексии и каузальной атрибуции, манипулятор «диагностирует» основные психологические характеристики адресата манипуляции. Установление этих характеристик позволяет манипулятору определить возможные мишени манипулятивного воздействия.

В ситуациях межличностного общения в рабочей группе манипулятору, как правило, уже заранее известны основные психологические параметры адресата манипуляции, его «болевые точки» и психические комплексы. В таких случаях психодиагностика адресата манипуляции минимизируется, «свертывается» и ограничивается только «вербальной разведкой». Она и сигнализирует о том, насколько ситуативное психическое состояние адресата манипуляции является пригодным для манипулятивного воздействия.

Второе звено технологической цепочки манипулятивного делового общения — выбор манипулятором мишеней психологического воздействия. В качестве мишеней манипулятор может использовать самые разнообразные структуры психики адресата манипуляции, его психические состояния, потребности, интересы, склонности, когнитивные ориентации, информационно-познавательные блоки, ценностные установки и жизненные смыслы. Выбор манипулятором той или иной мишени в значительной степени определяется особенностями индивидуальной психической структуры адресата манипуляции, заданными параметрами коммуникативной ситуации, социальной значимостью обсуждаемой деловой проблемы.

Опираясь на собственную субъективную интерпретацию, манипулятор выбирает среди локальных психических структур адресата манипуляции ту, которая является наиболее подходящей мишенью для манипулятивного воздействия. При отсутствии готовой, подходящей для манипуляции мишени воздействия манипулятор сам «изготавливает» эту мишень, внедряя ее в психику адресата манипуляции. Например, в управленческих деловых ситуациях руководитель-манипулятор может целенаправленно культивировать у какого-либо члена рабочей группы склонность к доминированию, чтобы впоследствии использовать ее как мишень для манипулятивного воздействия.

Третье звено технологической цепочки манипулятивного процесса в деловом общении — «запуск» механизмов манипулятивного воздействия. Именно эти механизмы передают психологическое воздействие от манипулятора к адресату манипуляции. Сущностное ядро механизмов манипулятивного воздействия составляют механизмы присоединения, пристройки, внедрения и интроекции.

Чтобы они эффективно «заработали», манипулятору необходимо осуществить их «инструментальную проводку» по всей цепочке манипулятивного процесса. Манипулятор начинает ее с технологической «инвентаризации» тех переменных, которые могут оказать наибольшее воздействие на функционирование механизмов манипуляции. Как только такие переменные установлены, манипулятор по отдельным звеньям, отслеживает их влияние на работу механизмов манипуляции.

В числе ситуативных переменных могут оказаться и так называемые «канальные факторы», связанные с движением информационных потоков от манипулятора к адресату манипуляции. Воздействие «канальных факторов» вынуждает манипулятора сменить тип механизмов присоединения. Так, используя на начальном этапе «запуска» механизмов манипуляции актуализацию механизма присоединения по групповой общности с адресатом манипуляции (например: «Мы с Вами коллеги и можем лучше понять наши общие проблемы»), манипулятор может затем, в целях ускорения манипулятивного процесса, «включить» другой механизм присоединения, например присоединение по совершению каких-либо совместных с адресатом манипуляции поведенческих действий (например: «Я подписываю наш договор в таком варианте и настоятельно предлагаю Вам сделать то же»).

Четвертое звено манипулятивного технологического процесса в деловом общении — поиск манипулятором вариантов мотивационного обеспечения механизмов скрытого психологического воздействия.

Скрытое психологическое воздействие утаивается от адресата манипуляции, оно не осознается им и рационально не обрабатывается.На основе когнитивной обработки вербальной и невербальной информации, полученной от адресата манипуляции, анализа его стереотипных психических реакций манипулятор осуществляет прямую актуализацию наиболее доступного и подходящего мотива, опираясь на который можно внедриться в его психические структуры. В качестве такого мотива манипулятор может использовать любой мотив, обладающий ситуативной значимостью: стремление адресата манипуляции к профессиональному успеху, статусному продвижению по служебной лестнице, материальному вознаграждению, властвованию, доминированию, конформизму и др.

Если же прямая актуализация мотива невозможна, манипулятор пытается повысить его ценностную значимость для деловой ситуации, снизить затратные ресурсы его достижения по сравнению с конкурирующими мотивами. В зависимости от ситуативного распределения значимости мотивов манипулятор может использовать побудительную силу дополнительных мотивов-стимулов и таким образом расширить пространство мотивационного обеспечения. Как правило, в качестве дополнительных мотивов-стимулов манипулятор использует такие мотивы, которые логически приводят к каким-либо стандартизованным умозаключениям, однозначным ответам (например: «Скажите прямо, Вы согласны с таким решением данной проблемы?»), стереотипным поведенческим действиям (например: «Так как реализация Вашего варианта решения проблемы обойдется фирме очень дорого, я предлагаю Вам принять другой вариант»).

В целом мотивационная поддержка механизмов скрытого психологического воздействия выстраивается манипулятором таким образом, что адресат манипуляции начинает побуждать себя к той цели, которую преследует манипулятор.

Пятое звено технологической цепочки манипулятивного процесса в деловом общении — «включение» механизмов интроекции.

Результативность манипулятивного технологического процесса во многом определяется тем, насколько эффективно «заработали» механизмы интроекции, связанные с внутренним присвоением адресатом манипуляции намерений и желаний манипулятора. В практике межличностных технологий деловой коммуникации механизмы интроекции получили довольно широкое распространение. Они проявляются и как механизмы психологической защиты, и как механизмы развития психических процессов деловых партнеров. В убеждающих технологиях деловой коммуникации механизмы интроекции способствуют снятию у адресата воздействия внутреннего психологического конфликта и дискомфортного психического состояния в таких деловых ситуациях, когда ценности и установки других партнеров действуют как внешняя угроза. Присваивая эти, ценности и установки без анализа и рациональной переработки, адресат воздействия избавляется на некоторое время от того, что его раздражает или психически травмирует.

Особенность механизмов интроекции в манипулятивных технологиях деловой коммуникации состоит в том, что адресат манипуляции присваивает такие установки в решении деловой проблемы, которые не были присущи ему изначально. Интроектами они стали потому, что были внедрены в психику адресата манипуляции манипулятором в результате скрытого психологического воздействия.

Чем большей спонтанностью и противоречивостью характеризуется психика адресата манипуляции, чем больше в ней психических комплексов, тем эффективнее «работают» механизмы интроекции. Интенсивность и плотность внедряемых интроектов постоянно меняется под воздействием соотношения напряженности противоположно направленных доминантных психических сил манипулятора и адресата манипуляции. Манипуляция успешно завершается, как только доминантные психические силы манипулятора в этом соотношении начинают преобладать. Его установки и намерения интроекцируются и становятся собственными установками и намерениями адресата манипуляции. Теперь свои поведенческие действия и стратегии адресат манипуляции выстраивает в соответствии с ними и несет полную ответственность за них.

Таким образом, «инструментальный каркас» доминантной технологической цепочки манипулятивного процесса в деловом общении предстает в виде логически и операционально взаимосвязанных между собой звеньев, последовательность «включения» которых задается целевой направленностью манипулятивного процесса.